

СЕКЦІЯ 2. ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ УКРАЇНИ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ

УДК 004.056

*Тетяна Басюк,
Артем Стрибайло*
«Фінанси, банківська справа та страхування», 3 курс
Науковий керівник – к.е. н, доцент,
доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу Красножон С.В.
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
tetiana.basyuk@gmail.com
strybailoartem@gmail.com

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УКРАИНЕ

ANALYSIS OF E-COMMERCE PROBLEMS IN UKRAINE

Анотація. У тезах виокремлені та проаналізовані головні проблеми пов'язані з електронною комерцією в Україні, досліджені праці вітчизняних та зарубіжних науковців з приводу даної проблематики та розробленні пропозиції, щодо розвитку та покращення електронної комерції в Україні.

Аннотация. В тезисах выделены и проанализированы основные проблемы связаны с электронной коммерцией в Украине, исследованы труды отечественных и зарубежных ученых по поводу данной проблематики и разработаны предложения по развитию и улучшению электронной коммерции в Украине.

Abstract. In the abstracts, the main problems associated with electronic commerce in Ukraine are highlighted and analyzed, the works of domestic and foreign scientists on this issue are investigated and proposals for the development and improvement of electronic commerce in Ukraine are developed.

Інтернет давно став невід'ємною складовою життя кожної людини і з кожним роком все більше можливостей з'являється через цю мережу. До головних переваг електронної комерції належать: швидкий доступ до інформації про продукти та послуги, скорочення виробничих витрат, витрат, пов'язаних з обміном інформацією, скорочення циклу виробництва та продажу, швидкість реагування на запити споживачів, швидкість проведення розрахунків, полегшення взаємодії між банками та підприємцями, між підприємцями та споживачами. До того варто зазначити, що електронна комерція сприяє модернізації маркетингу, освіти, логістики, аудиту. Доцільно й відмітити, що розвиваються нові види діяльності, такі як аутсортинг та фрілансерство, що у свою чергу створює нові робочі місця та дає реальні можливості для заробітку [1].

Розуміючи всю важливість електронної комерції та швидкі темпи її поширення, потрібно виявити та проаналізувати проблеми, які стають на заваді розвитку даної сфери в Україні. Це потрібно для того щоб в подальшому знайти шляхи вирішення цих проблем і вивести вітчизняну електронну комерцію на міжнародний рівень.

При аналізі стану ринку електронної комерції нами було виділено такі основні проблеми:

- 1) невисокий рівень життя та низька платоспроможність населення;
- 2) слабкий розвиток національної економіки;
- 3) низький рівень розвитку і впровадження інформаційно-інтелектуальних технологій, комп'ютерної грамотності населення;
- 4) значна різниця у рівні інформатизації великих міст та регіонів країни;
- 5) низький рівень безпеки і захисту від шахрайства;
- 6) недовіра до електронної комерції серед споживачів;
- 7) велика кількість непрофесіоналів серед фірм, зайнятих електронною комерцією.

Проблема невисокого рівня життя та низької платоспроможності є головним фактором, який стримує розвиток електронної комерції в Україні. Адже люди не мають достатньо

коштів, щоб активно здійснювати покупки в інтернеті. З цієї проблеми впливає інша, пов'язана з тим, що не у всіх людей є кошти на придбання персонального комп'ютера та підключення мережі інтернет до свого будинку. Тому люди попросту не мають доступу до інтернет магазинів.

Різниця у рівні інформатизації великих міст та регіонів країни існує довго, але ще 10 років тому ця прірва була величезною, а зараз приблизно 70% людей, які проживають у сільській місцевості мають доступ в інтернет, також зменшенню цієї проблеми посприяв розвиток мобільної індустрії, коли через смартфон можна виконувати те ж саме, що і через комп'ютер.

Разом з зростанням об'ємів ринків електронної комерції зростає і кількість комп'ютерних злочинців. А тим самим небезпека шахрайства. Хакери можуть взламувати сайти та викрасти інформацію щодо клієнтів, це можуть бути номери банківських карток, номери телефонів або персональні дані. Зазвичай у великих фірм є надійні системи безпеки, які не дозволяють здійснювати злочину діяльність, тому частіше злочинці «атакують» невеликі Internet-магазини та їх клієнтів. Це сповільнює розвиток електронної комерції в ніші малого бізнесу, адже люди бояться використовувати маленькі Internet-магазини, що зменшує кількість суб'єктів на ринку.

Важливою проблемою для аналізу є недовіра до електронної комерції, у цієї проблеми є низка причин, це і попередньо розглянуте питання щодо безпеки особистих даних, також це пов'язано з тим, що значна частина споживачів товарів та послуг просто не звикли до нових методів та технологій, як показує статистика більше половини інтернет-покупців в Україні – люди у віці від 14 до 34 років, багато людей дорослого віку не використовують інтернет для покупок, частково це пов'язано з менталітетом, коли людині простіше відвідати магазин та оглянути товар самостійно. Ще однією з причин недовіри до електронної комерції є магазини-шахраї або невдалий досвід інтернет покупом, якщо людині відправили не той товар, неправдивий опис і не повернули кошти або взяли передоплату і не відправили товар, людина скоріше за все не буде користуватися інтернет магазинами і в неї буде певна неприязнь до цього.

Коли ми говоримо про непрофесіоналів зайнятих електронною комерцією, мова йде про невеликі магазини, які через відсутність досвіду не можуть ефективно провадити свою діяльність. Погано створена сторінка магазину, відправлений товар не за правильним адресом або інші помилки, формують у клієнта погану репутацію не тільки про компанію, а про інтернет комерцію в цілому.

Тому, для того, щоб відбувався сталий розвиток електронної комерції в Україні, необхідно забезпечити комплексне вирішення всіх проблем, що дозволить скоротити розрив у темпах зростання ролі електронної комерції в Україні.

Так, на сьогодні провідні вчені в Україні ставлять питання про необхідність розширення і вдосконалення можливості використання в сучасній виробничій і збутовій діяльності підприємства електронної комерції на основі впровадження інноваційних технологій і продуктів, які сприяли б зміцненню ресурсної та клієнтської бази ринку електронної комерції.

При організації електронної економіки в метюю Україні має стати комплексний аналіз розвитку ринку електронної комерції на основі сучасних інструментів і систем електронного бізнесу, виявлення напрямків і механізмів їх застосування в Україні, а також розробка конкретних рекомендацій і пропозицій щодо їх практичного використання вітчизняними підприємствами. При цьому застосовуючи уже перевірений світовий досвід в сфері міжнародної електронної комерції [3, 127].

Отже, дослідивши всі проблеми розвитку можна вказати на пропозиції щодо активного залучення України до електронної комерції, а саме:

- активне впровадження базового устаткування, телекомунікацій і комп'ютерів, в тому числі і в сільській місцевості, що забезпечить розширення комп'ютерної грамотності населення і належний рівень розвитку інфраструктури;

- стимулювання швидкого розвитку інфраструктури мережі: розвиток Інтернет-магазинів, мережних бізнес-структур, операторів мережі та створення кількох великих вітчизняних інтернет-порталів;

- навчання професійним і загальним навичкам роботи в Інтернеті на всіх рівнях освітньої системи, включаючи держслужбовців;

- розвиток внутрішнього споживчого ринку, підвищення купівельної спроможності шляхом досягнення стабільного економічного зростання.

Отже, спостерігаємо, що електронний ринок набирає значні обороти. Вітчизняна електронна комерція знаходиться на початку інтернет-еволюції і демонструє високі темпи зростання. Бар'єри для входу на інтернет-ринок порівняно невисокі, а переваги електронної торгівлі для користувачів і підприємців відчутні. Однак на сучасному етапі вітчизняний ринок електронної комерції має багато невирішених питань, що стримує його розвиток. За умови ефективного вирішення найважливіших проблем, розвиток електронної комерції в Україні матиме майбутнє.

Література

1. Bruno Moriset. E-Business and e-Commerce [Електронний ресурс] / Bruno Moriset // Jean Moulin Lyon 3 University – Lyon – France. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01764594/document>

2. Перспективи розвитку електронної торгівлі в Україні [Електронний ресурс] // Економічно ефективна торгівля: розуміння суті та сучасні підходи до її ведення. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/31457/2/FMZKP_2020_Hula_I-Prospects_of_development_of_82-84.pdf.

3. Сиявська О. О. Електронна торгівля в Україні: тенденції та перспективи розвитку / О. О. Сиявська. // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія "Міжнародні відносини. Країнознавство. Туризм" Економіка. Вип. 9, 2019. – С. 126–132.